

最后一搏 万达商管四闯港股

临近对赌“大限”

万达商管并未放弃冲击港股IPO,这一次是第四次了。

此前珠海万达曾先后于2021年10月、2022年4月、2022年10月三次向港交所递交上市申请材料,但三次递交均未成功。

今年4月25日,珠海万达向港交所提交的第三份招股书正式失效。彼时万达商管对外表示,“上市申请材料失效并不影响公司在港交所的上市进程,公司会尽快按港交所要求更新提交申报材料,目前上市进展有序推进中”。

据悉,珠海万达已经获得了中国证监会赴港上市的“小路条”,完成了港股上市的前期注册程序。但令所有人不解的是,珠海万达迟迟拿不到上市“大路条”。由于迟迟未取得中国证监会的“大路条”,珠海万达也创造了民营企业境外上市的“最慢纪录”。

针对第四次冲击IPO,万达商管告诉北京商报记者是“正常延续程序”:根据香港上市规则,香港联交所认为,原申请或再次递交6个月到期后3个月内重新递交的,均属于原申请的延续。

尽管珠海万达上市进程仍在有序进行当中,但随着时间的逼近,压在万达集团董事长王健林身上的压力也愈发沉重。据了解,万达商管曾与碧桂园、蚂蚁、腾讯等多家机构投资者签署了对赌协议,若2023年底前未能成功上市,万达商管集团则需向上市前投资者支付约300亿元人民币股权回购款。临近对赌“大限”,这一次或将是万达商管的最后一搏。

“不考虑控股股东,珠海万达目前的经营情况还是可以的。”一位接近万达商管的知情人士透露,从商管企业的质地看,万达是把最

6月28日,据港交所官网显示,珠海万达商业管理集团股份有限公司(以下简称“珠海万达”)向港交所提交IPO申请,联席保荐人为中信证券、摩根大通以及瑞信。这是珠海万达向港交所提交的第四份招股书。珠海万达系大连万达商业管理集团股份有限公司(以下简称“万达商管”)的控股子公司,也极大程度上决定着万达商管未来的命运,根据对赌协议,留给万达商管的时间不多了,这或是万达商管的最后一搏。



2020-2022年珠海万达收入情况一览

(单位:亿元)



好的业态装入了上市主体,之所以一再推迟,与涉房类企业禁令不无关系。

2014年12月,万达在港交所挂牌上市,但仅仅过了15个月,就宣布私有化退市。2015年9月,万达商业向中国证监会递交招股书,正式开启回A之路。

苦苦排队没能让万达顺利登陆A股,一场流动性危机率先降临。2017年7月,为缓解流动性危机,万达商业以637.5亿元的代价,将13个文旅项目91%的股权、77家城市酒店的全部股权,分别售予融创和富力,这也在当时被称为“世纪交易”。

近四成资产变“轻”

珠海万达此次提交的招股书中,也公布了最新的业绩情况。

据招股书显示,截至2022年12月31日,珠海万达管理472个商业广场,在管建筑面积达6560万平方米。在2020年、2021年及2022年,珠海万达的在管商业广场(不包括停车位)平均出租率为98.6%。截至2022年12月31日,珠海万达有181个储备项目,包括163个独立第三方项目。

从2015年起,万达商管开始以轻资产模式管理独立第三方商业广场。截至2022年12月31日,珠海万达所管理的商业广场中,184个由独立第三方拥有,占在管商业广场总数的39%。

收入方面,珠海万达在2020年、2021年及2022年分别实现收入171.96亿元、234.81亿元以及271.2亿元;同期珠海万达的净利润分别为11.12亿元、35.12亿元以及75.34亿元。

珠海万达过往主要以业务营运所得现金拨付营运资金。截至2020年、2021年及2022年12月31日,于综合财务状况表内的现金及

现金等价物分别为93.64亿元、188.83亿元以及135.85亿元。

由此不难看出,单就上市主体来说,珠海万达应该是可以拿到合格的。目前就看与控股股东的结构问题、相关业务关联问题等如何解答监管心中的疑问。

控股股东的压力

值得注意的是,就在IPO申请的同一天,6月28日,中国证券监督管理委员会(以下简称“证监会”)向万达商管下发了《公司债券发行注册程序中止通知书》,中止万达商管公开发行公司债券注册程序。

3月21日,证监会曾发布关于万达商管向专业投资者公开发行公司债券申请文件的问询函。根据问询函内容,万达商管2023年面向专业投资者公开发行公司债券,品种为小公募,拟发行金额为60亿元,目前该债券项目状态为提交注册,更新日期为2月15日。

证监会在问询函中表示,根据申报材料披露,万达商管子公司珠海万达目前正申请在港交所上市,若不能于2023年底成功上市,万达商管需向上市前投资者支付约300亿元股权回购款。因此,证监会要求万达商管进一步补充说明子公司珠海万达上市进展情况,并评估上述事项对发行人短期偿债能力的影响。

地产分析师严跃进表示,此次中止发债注册的是万达商管,而非正处于IPO进程中的珠海万达,前者为后者控股股东,因此也不会对珠海万达上市有直接影响。但需要注意的是,中止发债注册会对万达商管的流动性造成极大压力,一旦珠海万达上市失败,所引发的连锁效应不容小觑。

北京商报记者 王寅浩

Market focus

音乐节领衔 百余场“新秀”抢夺暑期档

摇滚欢呼与鼓乐声交织,属于音乐节的活力在这个夏天火热回归。据北京商报记者不完全统计,暑假期间百余场音乐节将在全国范围内开唱,罗大佑、万能青年旅店、新裤子、痛仰乐队等歌手或乐队将加盟参演,迷笛、摩登天空等国内音乐节老牌厂牌之外,唛恩、奇滋、帆海等地方新秀厂牌在这个暑期成为市场音乐节的供给主力。业内人士指出,作为户外演出,交通、现场环境、票价等复杂因素会直接影响音乐节的体验感,音乐节厂牌在商业化领域越走越远的同时,除了比拼IP影响力和阵容,如何通过优化服务构建良好口碑,是“厂牌们”不得不考虑的问题。

老IP、新厂牌同场竞技

爆发式重启的音乐节,在暑期迎来了热力高峰。

票务平台显示,百余场音乐节将于这个暑期开唱,知名乐队和歌手加盟的同时,喻言、周震南、尤长靖等偶像明星的加盟,也将音乐节的话题度再度拉升。

除了迷笛、摩登天空等老牌音乐节外,更多的音乐节新秀厂牌陆续开票。包括唛恩音乐节、奇滋音乐节、帆海音乐节等将落地二三线城市。

一场场音乐节因为明星的加盟登上社交平台话题榜单之际,围绕在演出票价上的讨论声也在持续发酵。

据北京商报记者不完全统计,现阶段市场中一线厂牌音乐节票价定价范围在320-780元,较之2021-2022年有不同程度的降低。然而,活跃在二三线城市的新秀音乐节厂牌,定价在380-699元,更有音乐节不设票价档位,单日定价588元,金额基本接近一线厂牌票价。

除了音乐节的票价和阵容,一些观

众更在意音乐节的视听效果和服务。

“相比于演唱会更低的票价,一次性见到众多乐队或歌手,听到不同风格的歌,在拼盘演唱会中等待着自己喜欢的那支小众乐队登场的期待与激动,是我喜欢听音乐节的原因。”乐迷李轩谈道,如今某些乐队成了音乐节的固定搭配,头部艺人加盟,追星的粉丝让观众量更大了,音乐设备和现场环境这些基本的服务条件有时候又跟不上。

服务成竞争新赛道

聚集起流量场之后,音乐节在商业化领域的想象空间也就拥有了更多可拓展的维度。

中国演出行业协会数据显示,截至5月底,大型演唱会、音乐节票房收入超过12亿元,观演人数250余万人。仅“五一”期间,大型演出项目的跨城购票观演人数占比就超过总人次的50%,按照综合带动指数初步测算,5天假期内,仅音乐节和演唱会项目带动演出票房之外的交通、食宿等综合消费规模超过12亿元。

天眼查显示,目前国内音乐节存续、



在业的关联企业达1006家。

音乐节主理人于洋告诉北京商报记者,门票+商业合作+衍生品销售,是一场音乐节收入的基本组成要素。明星、知名乐队的加盟,是对观众最直接的引流,能够帮助音乐节更快打开知名度。

演出行业分析师黎新宇谈到,音乐节在暑期大量定档,一方面是由于前期积压项目的集中释放;另一方面,音乐节等户外演出正在释放其引流价值,以票价和阵容将观众引流到当地,带动关联业态消费增长。

“音乐节打造品牌,提升竞争力,除了比拼IP影响力和阵容,更需要拿出差异化内容,优化现场服务。尽管音乐节已经成为消费新潮流,但其核心用户依然是追求音乐现场体验感的观众。”黎新宇补充道。

北京商报记者 卢扬 韩昕媛

国际邮轮驶回中国市场

在全线停航长达三年半之后,国际邮轮从中国母港出发的航线将再度重启。6月29日,皇家加勒比宣布开售明年4月起从上海出发前往周边国家的国际邮轮航线。而MSC地中海邮轮近期也预告中国母港即将起航。国际邮轮的接连复航,也预示着邮轮行业进一步复苏。但受限于部分目的地国家签证办理过程复杂以及赴部分国家跟团游尚未恢复等因素,邮轮市场恢复到2019年水平仍需一段时间。

陆续宣布“回归”

在阔别海洋三年之后,皇家加勒比率先宣布将于明年重启从中国母港出发的国际航线。

6月29日,皇家加勒比宣布开售2024年4月起从上海出发前往周边国家的国际邮轮航线,重返中国的“海洋光谱号”,将执行48条4-7晚前往东京、大阪、神户、福冈、熊本、长崎、鹿儿岛、冲绳等地的度假航线。这也是首家宣布在中国重启的国际邮轮公司。

据皇家加勒比游轮官方预订小程序显示,皇家加勒比推出包括售价为3417元/人起(含税)上海-福冈-上海5天4晚、3815元/人起(含税)上海-长崎-熊本-上海6天5晚、7272元/人起(含税)上海-神户-大阪-东京-上海8天7晚等航线。

针对航线销售情况,皇家加勒比相关负责人表示:“首位客人是在6月29日凌晨1点预订的,系统上线当日就有客人来预订了,目前进展还不错。”

面对中国消费者邮轮旅游的庞大需求,不仅仅是皇家加勒比,MSC地中海邮轮也正为“回归”做着准备。根据“MSC地中海邮轮资讯”公众号,MSC地中海邮轮

预告中国母港即将起航。不难看出,国际邮轮企业对于重返中国市场充满着信心与期待。

有望2025年全面恢复

国际邮轮航线的陆续重启,预示着中国邮轮行业正在有序复苏,但目前来看仍需时日。

在国际邮轮巨头正在驶向中国时,中资邮轮已率先开启国际邮轮航线。据悉,作为国内首艘中国籍豪华邮轮,“招商伊敦号”已在6月18日开启首条国际航线“15日和风雅韵日本环线”。5月,蓝梦邮轮旗下的“蓝梦之星”号在上海吴淞口国际邮轮港起航,目的地为日本福冈。

虽然国际邮轮航线已经重启,但部分目的地国家尚未在我国试点恢复出境团队游国家范围内,由此可见,中国邮轮市场的复苏并不是一蹴而就。一家大型国际邮轮企业的相关负责人表示,目前邮轮基本不会采取包船的方式,取而代之的是船票单独进行售卖,销售模式已经不同于2019年以前。

不过也有邮轮企业的负责人坦言,目前部分目的地国家暂未成为试点恢复出境团队游国家,所以还是有一定的限制,中国境外岸上行程的部分是由目的地安排的。

中国交通运输协会邮轮游艇分会常务副会长兼秘书长郑炜航认为,今年各邮轮企业都在探索、试点复航,但只是极其有限的起航。随着国际邮轮公司逐步回归中国市场,中国邮轮公司也逐步起步,经过2024-2025年两年的培育,预测从2026年开始中国邮轮发展会迎来第二个黄金十年。此外,预计到2025-2026年,中国邮轮市场规模能够恢复到2019年水平。

北京商报记者 吴其芸